

<http://www.derwesten.de/staedte/nachrichten-aus-attendorn-und-finnentrop/internet-beschert-einzelhandel-reichweite-aimp-id11352617.html>

## Internet beschert Einzelhandel Reichweite

05.12.2015 | 05:40 Uhr

E-Commerce, Onlineshops, soziale Netzwerke und Co. sind im Einzelhandel angekommen. Das wurde in der jüngsten Sitzung des Einzelhandelsausschusses der Industrie- und Handelskammer Siegen (IHK) deutlich, die in Attendorn stattfand. Die Frage ist nur, wie der jeweilige Einzelhändler das jeweilige Medium am besten für sein Geschäft einsetzt.

### Vorhandene Kaufkraft abschöpfen

Vor diesem Hintergrund wählte das Gremium nicht ohne Grund Attendorn als Sitzungsort aus, hat in der Hansestadt doch das Attendorner Webkaufhaus seine Pforten geöffnet, unter dessen virtuellem Dach 29 Einzelhändler und fünf Dienstleister gemeinsam mittlerweile mehr als 3 000 Waren anbieten.

„Hinter dem Webkaufhaus steckt der Service-Gedanke für die Kunden“, erläuterte Kristin Meyer seitens der Stadtverwaltung. Online stöbern, offline kaufen oder gegen eine geringe Gebühr noch am selben Tag nach Hause liefern lassen, laute das Motto. Schon jetzt bestätigte die durchschnittliche Verweildauer von zehn Minuten pro Kunde im Webkaufhaus das Projekt.

„Das Ziel ist die Stärkung des lokalen Einzelhandels“, bekräftigte Meyer. Derzeit werde überlegt, Filialisten einzubinden, ein zweites Zeitfenster für die Lieferung bis zum Feierabend der zahlreichen auswärtigen Arbeitnehmer in Attendorn zu öffnen oder auch Lebensmittel und weitere bisher nicht vertretende Branchen mit aufzunehmen.

„Attendorns Innenstadt erwacht aus dem Dornröschenschlaf“, fasste Bürgermeister Christian Pospischil die aktuellen Entwicklungen zusammen. Die Stadt verfüge über „eine hohe, aber nicht abgeschöpfte Kaufkraft“, so Pospischil. Daher sei es grundsätzliche Politik, die Innenstadt aufzuwerten und zu stärken. Der wichtigste Baustein ist laut Pospischil das integrierte Innenstadtentwicklungskonzept.

Dass man soziale Medien wie Facebook durchaus für die Verbreitung von Werbebotschaften nutzen kann und auch soll, verdeutlichte Martin Achatzi, Inhaber von Foto Achatzi in Bad Laasphe. „Man hat eine sehr große Reichweite. Der Einsatz kostet nichts außer Zeit.“ Da auch andere Ausschussmitglieder dieses Medium bereits nutzen, jedoch noch unsicher mit den rechtlichen Hintergründen sind, wird die IHK Siegen im neuen Jahr ein erweitertes Seminar „soziale Medien“ für Einzelhändler an verschiedenen Orten im Bezirk anbieten.

### IHK-Kampagne „Heimat shoppen“

Einblicke sollen auch Testkäufe geben, die die Ausschussmitglieder untereinander in ihren Geschäften anbieten. Grundidee ist, dass ein Händler einem anderen als Testkäufer Hinweise gibt, wie das Geschäft aus der Sicht eines Kunden wahrgenommen wird. Ausschussvorsitzender Wolfgang Keller, Inhaber des Autohauses Toyota Keller, lobte die Idee. „Von Branchenfremden das eigene Unternehmen testen zu lassen, um zu sehen, wie man behandelt wird, hat seinen Reiz.“

Reizvoll ist auch die Imagekampagne „Heimat shoppen“, die die IHK Siegen im nächsten Jahr in den Kommunen in ihrem Bezirk anbieten möchte. „Heimat shoppen“ soll den Kunden die Stärken des Einzelhandels vor Ort vor Augen führen: „Er bietet gute Beratung, Service, Einkaufsqualität und Auswahl um die Ecke, zahlt die für die Kommunen und ihre Bürger so wichtige Gewerbesteuer, macht die Innenstädte lebendig und attraktiv, schafft Arbeitsplätze“, listete Marco Butz, Referent für Handel

bei der IHK Siegen, auf. Alle Werbegemeinschaften in Siegen-Wittgenstein und Olpe sind eingeladen, sich im kommenden Jahr an der durch Sponsoren und der IHK finanzierten Aktion zu beteiligen.